

Väärinfo ja veenmine

AINED: inglise keel

KLASSID: 9-12

SEOS AINEKAVADEGA

Eritüübiliste tekstide kriitiline analüüs ja mõistmine

TUNNI EESMÄRK

Õppida ära tundma enamlevinud väärinfo- ja veenmisvõtteid

SISSEJUHATUS

Too mõni näide eksitavast informatsioonist, millega sa ise oled viimasel ajal kokku puutunud. Palu õpilastel tuua oma näiteid.
8 min

TUNNI KAVA

Tegevus 1: Õpilased töötavad rühmades, hinnates neile antud veenmistehnika näiteid.
Tegevus 2: Esitlus väärinfost ja veenmisvõtetest
Tegevus 3: Tutvumine kolme mõjutamisvõttega: hiilgav üldistus, sildistamine, karjaefekt.

30 min.

Kokkuvõte/Refleksioon: Mis mäng see on?
7 min

KAS ÕPILASED JÕUDSID EESMÄRGINI?

Kõik õpilased tunnevad õigesti ära mõjutamisvõtteid, mille õpetaja neile esitab.

PÕHIKONTSEPTSIOONID

Propaganda, valeinfo, väärinfo, mõjutamisvõtteid, Sildistamine, hiilgav pldistus, karjaefekt

VAJALIKUD VAHENDID

Projektor esitluse jaoks, paber, kirjutusvahend



Developed by Knowledge Economy Forum and DW Akademie and funded by the Foreign Office of the Federal Republic of Germany.

Huvi äratamine / evokatsioon (8 minutit):

1. Täna käsitleme erinevat eksitavat infot – selgitame, mis vahe on desinformatsioonil, desinformatsioonil ja väärinformatsioonil ning propagandal. Millest ja kuidas neid nähtusi ära tunda. Kuid enne seda soovin, et vastaksite mõnele küsimusele:

2. Alusta esimesest küsimusest ja julgusta kõiki rääkima (aga kuluta sellele vähem aega, piisab mitme õpilase kogemusest jagamisest). Kohe paluge kõigil lühidalt rääkida – nimetage näiteid ja ärge kommenteerige neid üksikasjalikult.

Nimetage näiteid eksitava teabe kohta, millega olete hiljuti isiklikult kokku puutunud.

3. Pärast esimest vastuste vooru esitage teine küsimus (koos täpsustusega):

Mis sa arvad, kes need tegi?

Kas see on allikas, kust te teabe hankisite või levitasid nad kellegi teise teavet?

Oletame, et mõned inimesed ütlesid, et nad ei puutunud kokku eksitava teabega või ei võtnud sõna. Sel juhul on kasulik valida üks näide teiste osalejate hulgast ja küsida otse nende inimeste arvamust.

4. Olenevalt grupi suurusest ja aktiivsusest võid esitada viimase küsimuse peale kõigi (või paljude) vastuste ärakuulamist või kasutada täpsustava küsimusena kolmandat küsimust, s.t. küsitakse kohe pärast seda, kui osaleja vastab küsimusele "Kes need tegi?" "Mis eesmärgil võis see teave olla loodud?"

Tunnikava (30 min.):

5. Õpilased jagatakse 5-liikmelistesse rühmadesse. Neile antakse kas pilt või tekst (kava lõpus või/ja slaididena). Neil palutakse vastata järgmistele küsimustele:

Mis on teie arvates soovitud efekt? Kas saate selgitada, kuidas see töötab?

6. Väärinformatsioon pärineb erinevatel motiividel ja inimesed võivad seda jagada, isegi teadmata, et see tõsi on. Meie (inimkonnana) panustasime ja panustame kõvasti selle probleemi tekkimisesse ja eksisteerimisse, kuid saame anda oma panuse ka selle probleemi lahendamisele. Aga sellest räägime seansi lõpus.

7. Selgitage tingimusi:

7.1. Selgitage desinformatsiooni, desinformatsiooni ja väärinformatsiooni erinevust slaididel oleva diagrammi abil (terminid põhinevad suunistel õpetajatele ja koolitajatele desinformatsiooniga võitlemiseks ning digitaalse kirjaoskuse edendamiseks hariduse ja koolituse kaudu).

Väärinformatsioon – kontrollitavalt vale teave, mida levitatakse ilma eesmärgita eksitada ja mida sageli jagatakse, kuna kasutaja usub, et see on tõsi.

Desinformatsioon – kontrollitavalt vale või eksitav teave, mida luuakse, esitatakse ja levitatakse majandusliku kasu saamiseks või avalikkuse tahtlikuks petmiseks. See võib põhjustada avalikku kahju.

Väärinformatsioon – faktiliselt õige teave, mida kasutatakse kahjulikult.

7.2. Selgitage mõistet propaganda – ideed, faktid või väited, mida levitatakse tahtlikult oma eesmärgi edendamiseks või vastupidise eesmärgi kahjustamiseks (Merriam-Websteri sõnaraamatu põhjal).

7.3. Nagu näete, on desinformatsioon ja propaganda nii tahtlikud kui ka ebaõiged. Oma eesmärgi saavutamiseks kasutatakse sellises suhtluses veenmistehnikaid. Neid on palju, kuid täna saame neist kolmega tuttavaks.

8. Esitatakse kolm veenmis- (ja propaganda) tehnikat (tooke iga tehnika kohta mitte rohkem kui 1-2 näidet):

Glittering Generalities – katse mõjutada emotsioone kasutades abstraktsioone. Väited on ebamäärased ja positiivsed, kuid mitte teostatavad ega informatiivsed. Seda meetodit kasutatakse sageli poliitiliste valimiskampaaniate ajal, aga ka turunduses. Näited poliitikast:

Me väärime paremat elu.

Tulevikuks.

Tuleb tellimus.

Kõige tähtsam on inimene.

Näited turundusest:

Ma armastan seda.

Lihtsalt tee seda.

Sest ma olen seda väärt.

Sildistamine – konkreetse isiku või organisatsiooniga seotud negatiivne idee, tegevus või termin – valetaja, korrumpeerunud. Sageli kasutatakse sarkasmi või mõnitamist. Silte on lihtne külge panna, kuid väga raske eemaldada. Sellepärast on see nii tõhus. Kooli kontekstis võib mõelda hüüdnimede peale. Need võivad toimida samamoodi nagu sildid.

Crooked Hillary (kasutas Donald Trump 2016. aasta USA presidendikampaania ajal)

Naised, kes kannavad burkat, näevad välja nagu pangaröövlid (Ühendkuningriigi endine peaminister Boris Johnson)

Balti riigid on Ameerika "nukud" (Venemaa kasutas neid üha enam Ukraina sõja ajal)

Ukraina denasifitseerimine (kasutab Venemaa Ukraina sõja ajal)

Bandwagon – loob mulje, et ideel on laialdane toetus, nii et selle tagasilükkamine jätab teid isoleerituks ja paigast ära. Põhineb FOMO-l (hirm ilma jääda). Näide poliitikast:

"Everyone's Doing It" (eriti kasutavad poliitikud, keda süüdistatakse sobimatus käitumises, st korruptsioonis)

"Rahvas on rääkinud" kommenteerib, st. Türgi presidendivalimised: Türgi president Recep Tayyip Erdogan (~49,4% häältest) ütles, et on selge, et tal on rahva toetus ja tema peamine rivaal al Kemal Kilicdaroglu (~44,9% häältest) ütles, et valimistulemused näitavad, et enam kui pool rahvast soovib muutusi (viidates, et tema ja kolmanda koha kandidaat kogusid üle 50% häältest).

Näited turundusest:

Piiratud väljalase

Kiirusta, viimased eksemplarid

Ainult täna

Refleksioon ja kokkuvõte (7 min.):

10. Kokkuvõte: pidage meeles, et igaüks meist saa anda oma panuse, et eksitavat infot oleks vähem.

11. Praktiline tegevus „Mis see on?“

11.1. Valige välja sobivad näited (eelistatavalt midagi muud kui need, mida olete juba klassile tutvustanud). Mängu mõte on tunda ära, mis mõjutamisvõtet iga näite puhul on kasutatud.

11.2. Palu õpilastel kirja panna kolm mõjutamisvõtet: hiilgav üldistus, sildistamine, karjaefekt.

11.3. Näita esitlust või jaga õpilastele väljatrükitud kaardid ning palu neil kirjutada iga tehnika juurde sobiv näide.

11.4. Kui kõik näited on jagatud, paluge õpilastel iga juhtumit selgitada.

Ülesande võib veelgi mängulisemaks muuta, kui jagada õpilased võistkondadesse ja vastata kordamööda. Igas voorus peab võistkond jõudma üksmeelele. Kui esimesel korral vastatakse valesti, võib võistkond oma vastust muuta. Mängu võidab ja auhinna saab võistkond, kes pidi kõige vähem kordi oma vastust muutma. Kui mängus on auhind, peab õpetaja olema valmis ka selleks, et mitmel võistkonnal võib olla ühesugune tulemus.